



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

© Hak Cipta Milik Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon
Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP MINAT NASABAH MENABUNG

(Studi Kasus di Koperasi Simpan Pinjam Syariah Perambabulan AL-Qomariyah)

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Syariah (S.Sy)

Fakultas Syariah Jurusan Muamalah Ekonomi Perbankan Islam



Oleh:

NUR' AFIFA

NIM: 59320190

**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) SYEKH NURJATI
CIREBON**

2013



ABSTRAK

NUR' AFIFA : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP MINAT NASABAH MENABUNG

(Studi Kasus di Koperasi Simpan Pinjam Perambabulan Al-Qomariyah)

Dengan maraknya persaingan saat ini setiap perusahaan berkonsentrasi untuk mendapatkan posisi terbaik dipasar daripada hanya sekedar bertahan hidup. Oleh karena itu perusahaan tidak hanya berusaha mendapatkan konsumen atau nasabah baru tetapi perusahaan berusaha keras mempertahankan pelanggan yang telah mereka dapatkan. Salah satunya dengan kualitas pelayanan dan promosi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap minat nasabah menabung dan seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan promosi berpengaruh terhadap minat nasabah menabung di koperasi Simpan Pinjam Syariah (KSPS) Perambabulan Al-Qomariyah.

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, jenis penelitian deskriptif. Sampel yang digunakan sebanyak 95 orang responden (nasabah), teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *simple random sampling*. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan observasi, wawancara, kuesioner, dan dokumentasi, dan analisis datanya menggunakan regresi berganda, koefisien determinasi, uji t dan uji F dengan menggunakan SPSS 16.

Kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini adalah secara parsial terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap minat nasabah menabung. Hal ini dapat dibuktikan dari hasil pengujian hipotesis variabel kualitas pelayanan yang memiliki $t_{hitung} 4,287 > 1,662 t_{tabel}$, sedangkan promosi tidak berpengaruh terhadap minat nasabah menabung. Hal ini dapat dibuktikan dari hasil pengujian hipotesis variabel promosi yang memiliki nilai $t_{hitung} -1,262 < 1,662 t_{tabel}$ karena promosi di koperasi jarang dilakukan dan kebanyakan dari nasabah berminat menabung dikoperasi karena mendapatkan informasi tentang koperasi dari mulut ke mulut dan melihat dari pengalaman orang lain yang sudah menabung dikoperasi. Sedangkan secara *simultan* atau bersama-sama kualitas pelayanan dan promosi berpengaruh terhadap minat nasabah menabung dikoperasi. Hasil uji regresi menunjukkan bahwa kontribusi R Square (R^2) sebesar 20,9% yang berarti kualitas pelayanan dan promosi secara bersama-sama memiliki pengaruh yang rendah dengan minat nasabah menabung. Sedangkan 79,1% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Promosi dan Minat Nasabah Menabung



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumunkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

© Hak Cipta Milik Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon
Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul "*Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Minat Nasabah Menabung (Studi Kasus di Koperasi Simpan Pinjam Syariah Perambabulan Al-Qomariyah)*" Oleh Nur' Afifa NIM: 59320190, telah diujikan pada sidang Munaqasyah Fakultas Syari'ah IAIN Syekh Nurjati Cirebon pada tanggal 19 Juni 2013 Skripsi ini telah diterima sebagai salah-satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Syari'ah (S.Sy) pada jurusan Muamalah Ekonomi Perbankan Islam (MEPI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon.

Cirebon, 19 Juni 2013

Sidang Munaqasyah


Ketua

Merangkap Anggota


Sri Rokhlinasari, SE., M.Si
NIP: 19730806 199903 2 003

Sekretaris

Merangkap Anggota

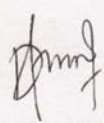

Dr. Aan Jaelani, M.Ag
NIP: 19750601 200501 1 008

Anggota:

Penguji I


Toto Suharto, SE., MSi
NIP: 19681123 200003 1 001

Penguji II


Diana Diuwita, MM
NIP: 19800314 200801 2 018



KATA PENGANTAR

Puji syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kepada Allah SWT yang melimpahkan rahmat dan hidayahNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik tak lupa shalawat serta salam kami panjatkan kepada nabi besar kita nabi Muhammad SAW, keluarganya, sahabat-sahabatnya, dan para pengikutnya yang senantiasa istiqomah di jalan Islam hingga akhir zaman kelak.

Skripsi ini yang berjudul ***“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Minat Nasabah Menabung di Koperasi Simpan Pinjam Syariah Perambabulan Al-Qomariyah”***, hanya dapat terselesaikan berkat pertolongan Allah SWT, serta bimbingan, bantuan, dorongan dan nasehat dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati, penulis ucapkan terimakasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat:

1. Bapak Prof. Dr. H. Maksun Muktar, MA, selaku Rektor IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Bapak Dr. Achmad Kholiq, M.Ag, selaku Dekan fakultas Syari’ah IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
3. Ibu Sri Rokhlinasari, SE, MSi, selaku ketua jurusan Muamalah Ekonomi Perbankan Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
4. Bapak Dr. Aan Jaelani M.Ag sebagai Sekertaris Jurusan Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
5. Bapak Drs. H. Moch. Endang Djunaeni, MM, selaku pembimbing skripsi I atas bimbingan dan Motivasinya.
6. Bapak Ridwan Widagdo, SE., MSi, selaku pembimbing skripsi II atas bimbingan dan motivasinya.
7. Seluruh Dosen Pengajar Syari’ah (MEPI) yang telah memberikan ilmu dan waktunya.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumunkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

8. Bapak Pandi, SE selaku pimpinan di Koperasi Simpan Pinjam Syariah Perambabulan Al-Qomariyah, terimakasih karena telah mengizinkan peneliti melakukan penelitian dan seluruh staff karyawan koperasi yang selalu memberikan semangat kepada penulis.
9. Ibunda dan Ayahanda, beserta semua keluarga tercinta yang selalu mendukung dan mendoakan untuk penulis hingga sekarang.
10. Sahabat-sahabat Mepi-3 khususnya (Nur Yulia Dewi, Halimatul Zahro, Nurmayanti, Ratna Watiah) yang telah memberikan dukungan kepada penulis.
11. Sahabat-sahabat yang telah membantu secara moril maupun materil yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.

Dengan kerendahan hati, peneliti menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kesempurnaan. Namun, penulis berharap semoga skripsi ini bisa bermanfaat bagi yang membaca.

Cirebon, Juni 2013

Penulis



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumunkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
PERSETUJUAN	ii
NOTA DINAS	iii
PENGESAHAN.....	iv
PERNYATAAN OTENSITAS SKRIPSI	v
RIWAYAT HIDUP.....	vi
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL DAN GAMBAR.....	xiv
 BAB I PENDAHULUAN	
A . Latar Belakang Masalah	1
B . Identifikas Masalah	7
C . Batasan Masalah.....	8
D . Rumusan Masalah	9
E . Tujuan dan Manfaat Penelitian	9
F . Sistematika Penulisan	11



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

BAB II LANDASAN TEORI, KERANGKA BERPIKIR DAN HIPOTESIS

A . Landasan Teori	13
1. Koperasi Syariah	
a. Pengertian Koperasi Syariah	13
b. Tujuan Landasan Kopeasi	13
c. Fungsi dan Peran Koperasi Indonesia	13
d. Prinsip dan Usaha Koperasi	13
2. Kualitas Pelayanan	15
a . Pengertian Kualitas Pelayanan.....	15
b . Dimensi Kualitas Pelayanan	16
c . Kualitas Pelayanan Dalam Prespektif Islam.....	18
d . Mengelola Kualitas Jasa	20
e . Pemahaman Konsep Kepuasan Pelanggan	22
f . Strategi Kepuasan Pelanggan.....	22
3 . Pomosi.....	24
a. Pengertian Promosi	24
b. Fungsi Prmosi.....	27
c. Tujuan Promosi	29
d. Pengertian Promotion Mix	30
4. Minat Nasabah Menabung	
a. Pengertian Minat	32
b. Faktor-Faktor yang Melatar Belakanginya Timbulnya Minat.....	33
c. Tahapan Minat Konsumen	34
d. Pengertian Tabungan.....	35
e. Macam-Macam Tabungan	38
B. Penelitian Terdahulu	40
C. Kerangka Pemikiran	44
D. Hipotesis Penelitian.....	46



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

© Hak Cipta Milik Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon
 Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

BAB III METODE PENELITIAN

A. Metode dan Jenis Penelitian	48
B. Waktu dan Lokasi Penelitian	48
C. Sumber Data.....	49
D. Teknik PengumpulanData	50
E. Populasi dan Sampel.....	50
F. Operasional Variabel Penelitian	52
G. Uji Instrumen penelitian	55
H. Transformasi Data.....	58
I. Uji Asumsi Klasik.....	59
J. Teknik Analisis Data	60

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum KSPS Perambabulan Al-Qomariyah	65
B. Karakteristik Responden.....	69
C. Gambaran Kualitas Pelayanan, Promosi dan Minat Nasabah Menabung	72
D. Gambaran Uji Instrumen	84
E. Uji Asumsi Klasik.....	87
F. Analisis Data.....	91
G. Analisis Ekonomi.....	95

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	98
B. Saran.....	99

LAMPIRAN-LAMPIRAN



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi ini persaingan antar bank maupun koperasi semakin kompleks. Banyak perusahaan yang berlomba-lomba mendapatkan posisi terbaik dalam persaingan bisnis dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan. Dengan maraknya persaingan tersebut koperasi harus menerapkan strategi dengan baik agar nasabah tertarik dan memutuskan untuk menabung di koperasi.

Saat ini setiap perusahaan berkonsentrasi untuk mendapatkan posisi terbaik dipasar daripada hanya sekedar bertahan hidup. Oleh karena itu perusahaan tidak hanya berusaha mendapatkan konsumen atau nasabah baru tetapi perusahaan berusaha keras mempertahankan pelanggan yang telah mereka dapatkan. Harapan konsumen juga merupakan hal penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan karena ekspektasi konsumen terhadap suatu mutu produk bank terus meningkat. Sekarang ini produk bank yang ditawarkan kepada konsumen selaku nasabah sudah sangat banyak dan bervariasi maka perusahaan harus mengerti bahwa pelanggan cenderung akan memilih penawaran yang sesuai dengan kebutuhan dan harapan yang selanjutnya konsumen akan membeli produk berdasarkan pandangan nilai akan produk.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumunkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

Koperasi Simpan Pinjam Syariah (KSPS) itu sendiri adalah badan usaha koperasi yang menjalankan usahanya dengan prinsip-prinsip syariah. Tujuan Koperasi Syariah adalah untuk meningkatkan kesejahteraan anggotanya dan kesejahteraan masyarakat dan ikut serta dalam membangun perekonomian Indonesia berdasarkan prinsip-prinsip Islam.

Undang-Undang yang mengatur tentang perkoperasian itu sendiri adalah UU Koperasi No. 25 tahun 1992 kemudian digantikan oleh UU No. 17 tahun 2012 karena tidak mampu mendukung optimal kinerja koperasi, termasuk koperasi simpan pinjam (KSP).¹

Perkembangan ekonomi syariah mampu mengembalikan nilai-nilai Islam ditengah-tengah kehidupan masyarakat. Dalam dunia bisnis telah muncul kesadaran akan pentingnya etika, kejujuran dan prinsip-prinsip Islam lainnya. Rasulullah SAW sendiri telah memberikan contoh kepada manusia tentang cara-cara berbisnis yang berpegang teguh pada kebenaran, kejujuran, sikap amanah, serta tetap memperoleh keuntungan. Nilai-nilai inilah yang menjadi landasan hukum dalam menjalankan bisnis. Rasulullah adalah potret sukses dalam melakukan *spiritualisasi marketing*. Oleh karena itu mencontoh Rasulullah SAW

¹ Miftahudin, <http://antokcupu.blogspot.com/2012/10/undang-undang-koperasi-terbaru-gantikan.html> diakses tgl 14 januari 2013 pukul 20:15



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

dengan mengutamakan nilai-nilai spiritual (Islam) adalah tindakan yang amat terpuji yang direkomendasikan oleh banyak ayat Allah dalam Al-Qur'an.²

Untuk meningkatkan minat nasabah perusahaan harus memperhatikan mampu tingkah laku nasabah selaku konsumen, serta memenuhi keinginan atau harapan nasabah melalui usaha perbaikan kualitas pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen karena ekspektasi konsumen terhadap suatu mutu pelayanan terus meningkat dan konsumen cenderung akan memilih penawaran yang sesuai dengan kebutuhan dan harapan. Harapan konsumen juga merupakan hal penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan karena tingkat mutu pelayanan tidak dapat dinilai berdasarkan sudut pandang perusahaan, tetapi harus dipandang dari sudut pandang pelanggan. Dalam hal ini, perusahaan yang menentukan standar mutu pelayanan, sedangkan yang menilai adalah pelanggan.

Maka dari itu Koperasi Perambabulan Al-Qomariyah harus selalu memperhatikan dan melayani kebutuhan nasabah yaitu dengan mengidentifikasi kebutuhan nasabah yang perlu dipenuhi. Untuk dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah, maka koperasi tersebut harus meningkatkan kualitas pelayanan.

Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi harapan konsumen. Kualitas pelayanan (*service quality*) dapat diketahui dengan

² Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah*, Bogor, Ghalia Indonesia, 2010, hal 5



cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima / peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan / inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan. Jika jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan, jika jasa yang diterima melampaui harapan konsumen, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sangat baik dan berkualitas. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk.³

Perusahaan yang gagal memuaskan pelanggannya akan menghadapi masalah yang komplek. Umumnya pelanggan yang tidak puas akan menyampaikan pengalaman buruknya kepada orang lain dan bisa dibayangkan betapa besarnya kerugian dari kegagalan memuaskan pelanggan. Oleh karena itu, setiap perusahaan jasa wajib merencanakan, mengorganisasikan, mengimplementasikan, dan mengendalikan sistem kualitas sedemikian rupa, sehingga pelayanan dapat memuaskan para pelanggannya.

Penilaian akan kualitas layanan dikembangkan oleh Leonard L. Barry. Parasuraman dan Zeithaml yang dikenal dengan *service quality* (SERVQUAL).⁴ Dalam SERVQUAL terdapat lima faktor dominan penentu kualitas jasa, yaitu

³Rustam, <http://skripsi-manajemen.blogspot.com/2011/02/pengertian-definisi-kualitas-pelayanan.html> diakses tanggal 10 Januari 2013 pukul 18:45

⁴ Philip Kotler. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Prenhallindo, 1997 , hal. 53

reliability (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *empathy* (empati), *tangibles* (berwujud).⁵

Masalah pelayanan sebenarnya bukanlah hal yang sulit dan rumit, Tetapi apabila hal ini kurang diperhatikan maka dapat menimbulkan hal-hal yang rawan karena sifatnya yang sangat sensitif. Sistem pelayanan perlu didukung oleh kualitas pelayanan, fasilitas yang memadai dan etika atau tata krama. Sedangkan tujuan memberikan pelayanan adalah untuk memberikan kepuasan kepada konsumen/pelanggan, sehingga berakibat dengan dihasilkannya nilai tambah bagi perusahaan. Kualitas pelayanan yang diberikan adalah merupakan kinerja yang terpenting oleh perusahaan bagi peningkatan minat nasabah.

Selain melalui perbaikan kualitas pelayanan, untuk meningkatkan minat nasabah menabung adalah dengan cara promosi. Dalam hal ini koperasi harus dapat memadukan kemampuan internal dengan pasar yang ada, dengan kata lain kemampuan internal perlu disesuaikan dengan pasar yang tersedia. Dalam pencapaian target pasar, harus menggunakan strategi *marketing* sebagai pendekatan yang tepat, karena selain dapat mempelajari lingkungan juga dapat mempelajari perilaku konsumen.

Dengan adanya perilaku konsumen yang unik, menyebabkan koperasi dituntut untuk selalu memperbaiki strategi promosi atau merubah cara

⁵ Effendi M. Guntur, *Transformasi Manajemen Pemasaran+Membangun Citra Negara*, Jakarta: CV Sagung Seto, 2010, hlm 345



pengenalan produk terhadap konsumen dengan cara menilai kembali kebutuhan sekarang dan masa yang akan datang. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen antara lain faktor budaya, faktor sosial, faktor personal, dan psikologi.⁶

Promosi itu sendiri adalah kegiatan perusahaan mengkomunikasikan produknya kepada masyarakat sehingga masyarakat mengetahui dan tertarik untuk membelinya.⁷ Beberapa kegiatan promosi diantaranya periklanan, penjualan personal, promosi penjualan, publisitas, atau hubungan masyarakat.⁸

Di KSPS Perambabulan itu sendiri kegiatan promosi telah dilaksanakan diantaranya yaitu dengan menggunakan media periklanan, *personal selling*, promosi penjualan, dan publisitas, namun minat nasabah terhadap produk tabungan yang ditawarkan masih kurang sehingga perlu dilakukan evaluasi terhadap promosinya agar minat nasabah untuk menabung semakin bertambah.

Beberapa cara memperbaiki startegi promosi adalah dengan menambah media promosi periklanan karena di KSPS itu sendiri media yang digunakan untuk sarana promosi baru melalui Radio, brosur, spanduk saja itupun spanduknya hanya terdapat di lokasi koperasinya saja tidak disebar kemana-mana sehingga tidak banyak masyarakat yang mengetahui keberadaan koperasi tersebut hanya masyarakat yang disekitar saja yang mengetahuinya, cara kedua

⁶ Nembah F. Hartimbul Ginting, *Manajemen Pemasaran*, Bandung, CV Yrama Widya, 2011, hlm. 34

⁷ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005, hlm. 155

⁸ Nugroho, J. Setiadi, *Perilaku Konsumen*, Jakarta: Kencana, 2008, hlm 253





yaitu dengan menambah tenaga *sales marketing*, cara yang ketiga adalah meningkatkan promosi penjualan dengan memberikan cinderamata, meningkatkan bagi hasil. Dan cara yang ke empat adalah meningkatkan kegiatan sosial keagamaan (publisitas).

Perkembangan Jumlah Nasabah yang Menabung di Koperasi sebagai berikut:

NO	NAMA TABUNGAN	TAHUN		
		2010	2011	2012
1	Tamaskop	536	845	1080
2	Takopnas	9	9	11
3	Tahara/Taqorub	9	11	28
4	Deposito	13	14	21

Dari tabel diatas dapat di ambil kesimpulan bahwa minat nasabah menabung dikoperasi mengalami peningkatan setiap tahunnya namun peningkatan tersebut masih masih kurang signifikan.

Dengan meningkatkan kualitas pelayanan dan meningkatkan strategi promosi diharapkan minat nasabah terhadap produk semakin meningkat dan bisa menjangkau masyarakat lebih luas. Sehingga di penelitian ini saya hanya akan menggunakan 3 variabel yaitu Kualitas Pelayanan sebagai variabel bebas (X1), Promosi sebagai variabel bebas (X2) , dan Minat nasabah menabung sebagai variabel terikat (Y).



Berdasarkan latar belakang masalah tersebut maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai *“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Minat Nasabah Menabung di Koperasi Simpan Pinjam Syariah Perambabulan Al-Qomariyah”*.

B. Identifikasi Masalah

1. Wilayah Kajian

Wilayah Kajian dalam penelitian ini adalah Manajemen Sumber Daya Manusia.

2. Pendekatan Masalah

Pendekatan dalam penelitian ini adalah pendekatan empirik berupa *field reseach* (penelitian lapangan) yang dilakukan di Koperasi Simpan Pinjam Syariah Perambabulan Al-Qomariyah Gunung Jati Kab. Cirebon.

3. Jenis Masalah

Jenis masalah yang dibahas menyangkut pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap minat nasabah menabung di Koperasi Simpan Pinjam Syariah Perambabulan Al-Qomariyah Gunung Jati Cirebon.

C. Pembatasan Masalah

Guna memudahkan dan fokus pada permasalahan, data yang dibahas dan dikumpulkan dalam penelitian ini, diperlukan batasan masalah yaitu:

1. Obyek dalam penelitian ini adalah Koperasi Perambabulan Al-Qomariyah Gunung Jati Cirebon.
2. Banyak faktor yang mempengaruhi minat nasabah untuk menabung di Koperasi, adapun dalam penelitian ini yang dipilih adalah kualitas pelayanan dan promosi yang ada di KSPS Perambabulan Al-Qomariyah
3. Konsumen yang diambil sampel adalah konsumen yang sudah pernah membeli produk tabungan di KSPS Perambabulan Al-Qomariyah.

D. Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat nasabah menabung?
2. Bagaimana pengaruh promosi terhadap minat nasabah menabung?
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap minat nasabah menabung?

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat nasabah menabung di KSPS Perambabulan Al-Qomariyah.
- b. Mengetahui pengaruh promosi terhadap minat nasabah menabung di KSPS Perambabulan Al-Qomariyah.



- c. Mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap minat nasabah menabung di KSPS Perambabulan Al-Qomariyah.

2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Bagi Perusahaan

Dapat dijadikan evaluasi kinerja dan sumber informasi bagi perusahaan dalam mengevaluasi kualitas pelayanan dan bauran promosi telah dilaksanakan yang berkaitan dengan usaha meningkatkan minat nasabah menabung di KSPS Perambabulan Al-Qomariyah.

- b. Bagi penulis

Sebagai upaya untuk mengembangkan ilmu pengetahuan yang diperoleh selama mengikuti perkuliahan, sehingga salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Islam Program Studi Ekonomi Perbankan Islam Jurusan Syariah IAIN Cirebon.

- c. Bagi Akademis

Sebagai bahan referensi untuk penelitian dibidang pemasaran dimasa yang akan datang dan sebagai bahan untuk menambah pengetahuan penelitian karya ilmiah yang sesuai dengan kurikulum yang berlaku pada saat ini.





F. SISTEMATIKA PENULISAN

Perumusan sistematika penulisan skripsi ini untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai materi pembahasan dalam penelitian, sehingga dapat memudahkan pembaca untuk mengetahui maksud di lakukannya penelitian skripsi. Adapun sistematika penyusunan skripsi ini adalah sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan

Dalam bab ini peneliti mengemukakan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II Landasan Teori

Bab ini berisi tentang kajian teori yang berisi tentang pemahaman pengertian kualitas pelayanan, pengertian promosi, pengertian dan macam-macam *Promotion mix*, pengertian minat dan faktor-faktor yang mempengaruhinya, pengertian tabungan kerangka berpikir, penelitian terdahulu dan hipotesis.

Bab III Metode Penelitian

Bab ini berisi tentang jenis dan pendekatan penelitian, waktu dan lokasi penelitian, data dan sumber data, operasional variabel penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, instrumen penelitian, uji instrumen penelitian, dan teknik analisis data.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumunkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

Bab IV Hasil dan Pembahasan

Bab ini berisi tentang gambaran umum perusahaan, pembahasan dan analisis hasil penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap minat nasabah menabung di KSPS Perambabulan Al-Qomariyah.

Bab V Penutup

Bab ini berisi kesimpulan-kesimpulan dari serangkaian pembahasan, keterbatasan penelitian dan saran-saran dari hasil penelitian yang telah diteliti.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

DAFTAR PUSTAKA

- <http://antokcupu.blogspot.com/2012/10/undang-undang-koperasi-terbaru-gantikan.html>
- Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah*, Bogor, Ghalia Indonesia, 2010
- Rustam, <http://skripsi-manajemen.blogspot.com/2011/02/pengertian-definisi-kualitas-pelayanan.html>
- Philip Kotler. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Prenhallindo, 1997
- Effendi M. Guntur, *Transformasi Manajemen Pemasaran+Membangun Citra Negara*, Jakarta: CV Sagung Seto, 2010
- Nembah F. Hartimbul Ginting, *Manajemen Pemasaran*, Bandung, CV Yrama Widya, 2011
- Kasmir, *Manajemen Perbankan*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005
- Nugroho, J. Setiadi, *Perilaku Konsumen*, Jakarta: Kencana, 2008
- <http://just-for-duty.blogspot.com/2012/01/koperasi-syariah-pengertian-prinsip.html>,
- Skripsi Manajemen, Pengertian Definisi Pelayanan. <http://skripsi-manajemen.blogspot.com/2011/02/pengertian-definisi-kualitas-pelayanan.html>.
- Farida Jasfar, *Manajemen Jasa*, Jakarta, Ghalia Indonesia, 2005
- Kualitas pelayanan/jasa dalam Prespektif Islam*. <file:///C:/Users/Public/Document-Kualitas-Pelayanan-jasa-dalam.htm>
- M. Nur Nasution, *Manajemen Jasa Terpadu*, Bogor Ghalia Indonesia, 2004



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumunkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

Yazid, *Pemasaran Jasa Konsep dan Implementasinya*, Yogyakarta: Ekonisia, 2001

F. Rangkuti, *Riset Pemasaran*. Jakarta, Gramedia Pustaka Utama, 2003

U. Sumarwan. *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Jakarta : Ghalia Indah, 2005

Nur Asnawi dan Masyhuri, *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*, Malang, UIN MALIKI PRESS, 2011

J. Engel. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Binarupa Aksara, 1994

Dani Maroe Beni, <http://maroebeni.wordpress.com/2008/09/19/fungsi-promosi-dalam-pemasaran/>

<http://organisasi.org/definisi-pengertian-promosi-fungsi-tujuan-bauran-promosi-promotional-mix-produk>

Slameto, *Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi*, Jakarta, Rineka Cipta, 1995

Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Bahasa Indonesia Pusat Bahasa*, Jakarta, Gramedia Pusat Bahasa, 2008

Abdul Rahman Shaleh, *Psikologi Sesuatu Dalam Perspektif Islam*, Jakarta, Kencana, 2004

Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta, Prenhallindo, 2002, Edisi Millenium 1

<http://id.shvoong.com/business-management/investing/2077041-pengertian-tabungan/#ixzz2I3EUYk8b>

<http://syahadatislammotivation.blogspot.com/2013/01/anjuran-menabung-dalam-al-quran-dan-al.html>



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumunkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

- Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktek*, Jakarta, Gema Insani, 2001
- M. Ali Hasan, *Berbagai Macam Transaksi dalam Islam*, Jakarta, PT Raja Grafindo, 2003
- Haris Ahmad, Nilai Jasa, <http://harisahmad.blogspot.com/2010/05/nilai-jasa-services-value.html>
- Riduwan, *Belajar Mudah Penelitian Untuk Guru, Karyawan, dan Peneliti Pemula*, Bandung: Alfabeta, 2007
- Danang Sunyoto, *Metodelogi Penelitian Untuk Ekonomi*, Yogyakarta, CAPS, 2011
- Riduwan, *Metode dan Teknik Menyusun Tesis*, Bandung: Alfabeta, 2008
- Mudrajad Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*, Jakarta : Erlangga, 2009
- Susutina, *Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran*, PT Remaja Rosdakarya, Bandung, 2003
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung 2012
- Danang Sunyoto, *Analisis Regresi dan Uji Hipotesis*, Yogyakarta: Media Presindo, 2009
- Bhuono Agung Nugroho, *Strategi Jitu: Memilih Metode Statistik Penelitian Dengan SPSS*, Yogyakarta: ANDI, 2005
- Duwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*, (Yogyakarta: MediaKom. 2010)